

# COMPENDIO DE HERRAMIENTAS PARA EMPREENDEDORES

Impulsamos el fortalecimiento  
y desarrollo sustentable  
de emprendedores en  
Áreas Naturales Protegidas.



# CONTENIDOS

## INTRODUCCIÓN

### HERRAMIENTA 1: DIFERENCIAS ENTRE AUTOEMPLEO Y EMPRESA

### HERRAMIENTA 2: ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Principios de la economía social y solidaria

### HERRAMIENTA 3: EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Elementos clave para calcular el punto de equilibrio

Proceso para el cálculo del punto de equilibrio

### HERRAMIENTA 4: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### HERRAMIENTA 5: PLAN DE REDES SOCIALES

### HERRAMIENTA 6: CÓMO REALIZAR UN DISEÑO

# INTRODUCCIÓN

Construir una empresa no sucede de la noche a la mañana, es un proceso en el que cotidianamente vamos tomando decisiones sobre insumos, compra de maquinaria, precios o cantidades de producción.

A través de los contenidos del programa de fortalecimiento digital y los talleres presenciales hemos buscado acercarte herramientas para que puedas tomar mejor las decisiones cotidianas de tu emprendimiento siempre tomando en cuenta información con la cual analizar de forma más adecuada los escenarios y de esta forma destinar tiempo y recursos a los temas de tu negocio que te darán mejores resultados.

En este compendio hemos preparado un resumen de las herramientas y contenidos que hemos visto en estas semanas de trabajo. Recurre a este documento las veces que necesites, estamos seguros que te ayudarán a tener una mejor guía para el crecimiento de tu negocio.



HERRAMIENTA I:

# DIFERENCIAS ENTRE AUTOEMPLEO Y EMPRESA

Tener claras las metas que quieres lograr con tu emprendimiento es clave para las decisiones que tienes en el futuro. Una actividad productiva puede ser gestionada como un autoempleo o como una empresa, no se trata de que una sea mejor que la otra, sino simplemente se ven de forma diferente temas tan fundamentales como la inversión, el crecimiento y la generación de empleo.

En el siguiente gráfico, te compartimos las principales diferencias.

AUTOEMPLEO	EMPRESA
Se inicia con la intención de generar un medio de vida por la falta de empleo.	Se inicia un negocio al descubrir una necesidad desatendida o "dolor" de mercado.
La inversión inicial es muy baja y no se requiere de maquinaria especializada para realizar la actividad.	Se requiere invertir dinero en forma consistente en materias primas, maquinarias, estructura operativa y marketing.
La persona trabaja por su cuenta y tiene como principal activo su especialidad (por ejemplo, hacer pasteles) y se encarga de producir el bien o servicio que vende.	El emprendedor está enfocado en el desarrollo de procesos y en la formación de un equipo que trabaje en forma autónoma.
La principal preocupación del autoempleo es que el cliente pague a fin de mes	Se da prioridad a invertir en el fortalecimiento y expansión del negocio.
La persona se encarga de todo: desde producir un bien o servicio hasta vender y elaborar las facturas.	La persona se apoya en un grupo de colaboradores que cumplen funciones claras en la empresa.
Quien trabaja por su cuenta suele hacerlo sin procesos ni presupuestos.	Hay procesos operativos, transparencia en la contabilidad y las finanzas, la facturación de cada cobro y el pago de impuestos.
Un auto empleo tiene en general un solo objetivo: cubrir sus gastos personales y tener un margen razonable de ahorro.	Un emprendedor está decidido a ser un empresario y, por lo tanto, hay una ambición mucho mayor en cuanto a clientes, ingresos y tamaño de la empresa.

## HERRAMIENTA 2:

# ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

La economía social y solidaria (ESS) es un conjunto de iniciativas socioeconómicas y culturales basado en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes. La ESS busca generar relaciones de solidaridad y confianza, espíritu comunitario y participación en la sociedad, fortaleciendo procesos de integración productiva, de consumo, distribución y ahorro y préstamo para satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades donde se desarrollan.

Las empresas que desarrollan sus actividades bajo este enfoque buscan una transformación social. Una de las características más importantes es que todos son dueños, es decir, los socios centran colaboran buscando un equilibrio entre resultados económicos y los objetivos sociales, la gestión es autónoma y transparente entre todos los miembros y no está ligada directamente con el capital o aportaciones de cada socio, sino al bienestar en conjunto.

El enfoque de economía social y solidaria te puede resultar de gran utilidad para el desarrollo de actividades productivas dentro de Áreas Naturales Protegidas debido a que promueve la organización social y pone atención al bienestar colectivo y el uso consciente de los recursos naturales de tu alrededor.

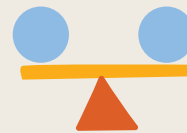
## PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA



DEMOCRACIA PARA LA TOMA DE DECISIONES



PROPIEDAD COLECTIVA



DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DE BENEFICIOS ENTRE SUS INTEGRANTES



COMPROMISO SOCIAL EN FAVOR DE LA COMUNIDAD

## HERRAMIENTA 3:

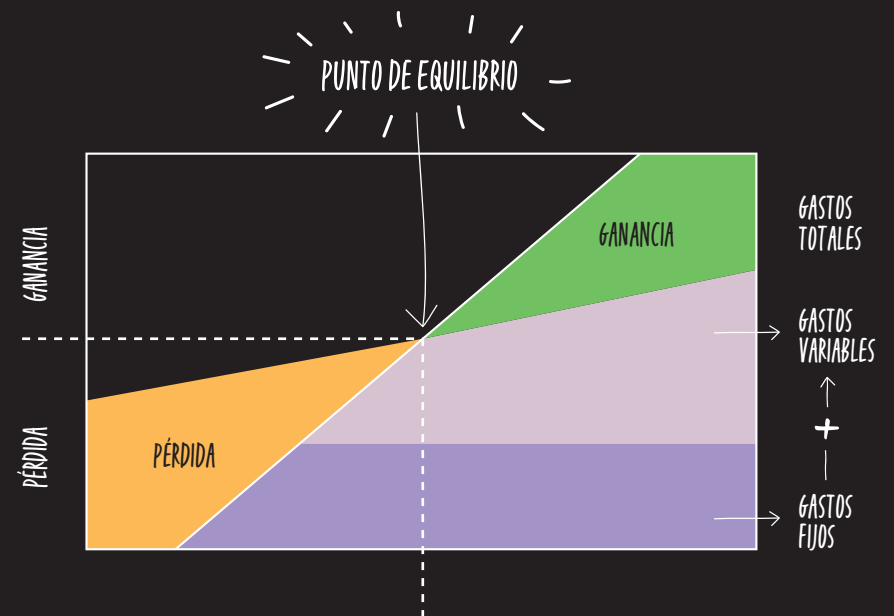
# EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Este concepto te permitirá identificar si tu emprendimiento es viable o no, ya que facilita establecer la cantidad de productos u horas de servicio cobrables que deberás vender para cubrir el costo de tu producción. Comprender el punto de equilibrio permite que tu emprendimiento tenga un objetivo claro e identifiques espacios de mejora.

Estar en el punto de equilibrio significa que tu empresa aún no genera ganancias pero tampoco pierdes dinero, es decir, está con una operación estable.

EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO NOS AYUDA A RESPONDER LA PREGUNTA:

¿CUÁNTO NECESITO VENDER PARA NO PERDER Y COMENZAR A TENER GANANCIAS?



## HERRAMIENTA 3:

# ELEMENTOS CLAVE PARA CALCULAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Lo primero que requerimos para calcular el punto de equilibrio es identificar los tipos de costos que tienes. Estos pueden ser de 3 tipos:

### LOS COSTOS DIRECTOS,

son todos los gastos que tienes cada vez que realizas la actividad. Tienen relación directa con tus ventas y varían según lo facturado.

### LOS COSTOS INDIRECTOS DE INVERSIÓN,

son gastos de largo plazo, e incluyen las herramientas que necesitas para tu operación, generalmente la inversión dura unos 5 años. Por ejemplo, invertir en una máquina que haga más sencillo tu trabajo.

### LOS COSTOS INDIRECTOS

pueden ser de dos tipos: fijos o de inversión.

### LOS COSTOS INDIRECTOS FIJOS,

son aquellos que se mantienen mes a mes. Su valor se mantiene en el tiempo. Estos gastos están relacionados con las condiciones de trabajo y no con el producto. Por ejemplo, tus gastos fijos pueden ser: renta, agua, luz o salario de la persona que te ayuda.

## HERRAMIENTA 3:

# PROCESO PARA EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

1 Realiza una lista de tus productos o servicios y señala tu precio actual y la cantidad que puedes realizar al mes. Es importante que al poner el número de productos mensuales estos deben estar calculados en conjunto, en una producción combinada. Es posible que generalmente produzcas bajo pedido, este ejercicio se debe realizar imaginando un pedido grande con la mezcla de tus productos.

PRODUCTO O SERVICIO	PRODUCCIÓN MENSUAL	PRECIO ACTUAL

2 Identifica los costos. Los costos directos son de cada producto o servicio debido a que pueden existir variaciones en la cantidad de insumos que requieres para realizarlos. Y los costos indirectos fijos y costos indirectos de inversión son compartidos. Al terminar tu listado suma los resultados.

COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS	
	FIJOS	INVERSIÓN

3 Debemos obtener el costo de producción por unidad. Este se obtiene sumando el costo directo del producto, el costo indirecto fijo por unidad y el costo indirecto de inversión por unidad. Por lo cual, antes de realizar este cálculo debes conocer la distribución de los costos indirectos fijos y los costos indirectos de inversión en cada producto producido en el mes.

**El costo indirecto fijo por unidad** lo obtienes dividiendo el total de gastos fijos entre el total de productos mensuales.

$$\frac{\text{GASTOS FIJOS}}{\frac{\text{TOTAL GASTOS FIJOS}}{\# \text{ DE PRODUCTOS MENSUALES}}}$$





## HERRAMIENTA 4:

# PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Un plan de comercialización tiene como objetivo establecer los pasos necesarios para insertar tu producto en el mercado. Para comercializar lo primero en lo que hay que pensar es en el cliente. Hay que tener en cuenta, que no todas las personas quieren o necesitan lo mismo, tienen gustos, necesidades y expectativas diferentes a la hora de buscar un producto o servicio. Por ello para que exista comercialización debe existir una oferta bien definida que se dirija a la necesidad de un cierto tipo de personas, los productos o servicios no son para todos.

Después de tener claro tu cliente debes definir las características que debe tener el producto o servicio para satisfacer sus necesidades, identificar cuánto está dispuesto a pagar, donde es el mejor lugar para acercarle tu producto o servicio y que tipo de mensajes o promoción debes construir para ser atractivo.

La herramienta plan de comercialización te ayudará a identificar los diferentes elementos que requieres al comercializar.



HERRAMIENTA 5:

# PLAN DE REDES SOCIALES



Un plan de redes sociales funciona para poder dar a conocer cualquier proyecto, siempre y cuando se tengan objetivos y estrategias claras para poder ejecutarlas. Esto quiere decir que, a través de estas puedes conectar entre muchas personas o empresas lo que te permite el intercambio de información de manera más eficaz y rápida.

Las redes sociales son herramientas digitales que te ayudarán a dar a conocer tu producto o servicio, lo que puede impactar en que tengas un aumento de clientes y ventas. Para lograr tal objetivo hay que tomar en cuenta ciertos pasos para garantizar el éxito.

No sólo se trata de poner anuncios, la estrategia de redes sociales debe contar con tres tipos de contenidos:

## 1. LLAMA LA ATENCIÓN:

Cuenta historias o noticias que tengan que ver con el producto. Por ejemplo, si vendes hortalizas, podrías informar a tus posibles clientes, cuáles son los beneficios que aporta comer frutas y verduras.

## 2. DATE A CONOCER:

Genera confianza al cliente, hazle saber que eres una empresa o persona en la que pueden confiar, y para ello puedes publicar fotos de las actividades que realizas día a día. También mostrar algún logro, a través de experiencias de otros clientes.

## 3. VENTA:

Por último, muestra al cliente el producto, con el objetivo de poderlo colocar en el mercado, para ello tienes que clarificar las características del producto, su precio, si hay gastos de envío y la forma de entrega.

Estos pasos son los elementos mínimos que tienes que tener en un plan de redes sociales para que puedas comunicarte adecuadamente con tu público objetivo y así poder lograr un mayor alcance en las comunidades digitales.

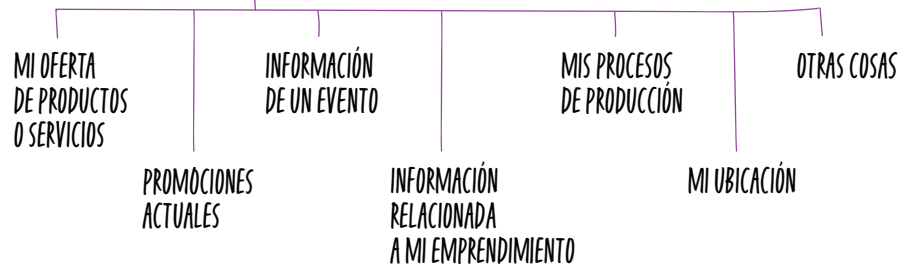
## HERRAMIENTA 6:

# CÓMO REALIZAR UN DISEÑO

Cuando realizamos un diseño, lo que estamos tratando de hacer es comunicar de manera visual información o un mensaje.

## TIPS BÁSICOS DE DISEÑO

### 1. ¿QUÉ ES LO QUE QUIERO COMUNICAR?



## 2. JERARQUÍA Y ORDEN

Antes que nada, hay que organizar la información que vamos a transmitir: hacer una lista de todo el contenido que irá en el diseño y ordenarla por propiedades; para identificar cuáles son los puntos más relevantes. Dentro del contenido pueden entrar textos, imágenes y foto.

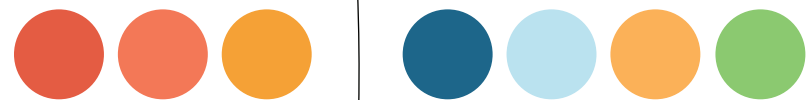
Así podremos tomar decisiones acerca de qué elementos vamos a destacar visualmente (los más importantes), y en qué orden vamos a presentar la información.

## 3. COLORES

Elije qué colores van a ser los que uses para tu marca, estos colores vas a utilizarlos en distintas aplicaciones relacionadas con tu emprendimiento.

Intenta respetar siempre su uso, para que los clientes vayan identificando a tu marca con estos colores.

Puedes elegir una combinación de tres o cuatro colores, por ejemplo:



## 4. FUENTES

Para utilizar las fuentes tipograficas de una manera eficiente, considera lo siguiente:

### DEBE DE PODER LEERSE CON FACILIDAD

Evita las fuentes muy elaboradas o con muchos detalle

**Opción A** ✓  
*Opción B* ✗

### UTILIZA SÓLO UNA O DOS VARIEADES DE FUENTES, O UNA SÓLA FUENTE Y SUS PROPIAS VARIANTES (BOLD, REGULAR, ITÁLICA).

Si utilizamos muchas fuentes diferentes, el diseño puede llegar a ser confuso y no vamos a transmitir de manera adecuada nuestro mensaje.

**Fuente 1** + ✓ **Fuente 1** + ✓  
**Fuente 1** **Fuente 1**

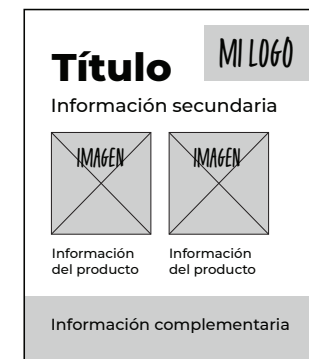
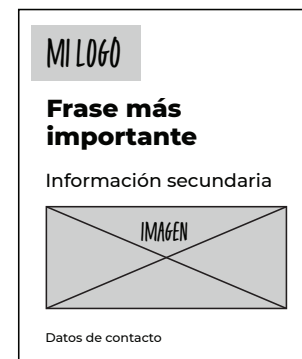
**Fuente 1** + **Fuente 2** ✗  
**Fuente 3** + **Fuente 4**

## 5. DIAGRAMACIÓN

Empieza a organizar el contenido de acuerdo a el orden y jerarquía que elegiste en el paso 1.

Distribuye en el espacio los elementos, de manera que cada uno tenga su lugar y no se estorben entre ellos.

Ve aplicando los colores y las tipografías que elegiste en los pasos 3 y 4.



## 6. PRUÉBALO

Comparte el diseño resultante con alguien cercano y preguntále si:

- Comprendió cuál es el mensaje o contenido principal que intentaste transmitir.
- Puede leer de manera clara todos los textos o si alguna zona no es muy fácil de leer.

RECUERDA QUE UN DISEÑO NO LE TIENE QUE GUSTAR A TODO MUNDO NECESARIAMENTE, NI TIENES QUE ADAPTARLO CON BASE A LOS GUSTOS DE LOS DEMÁS, LO PRINCIPAL ES QUE SE PUEDA TRANSMITIR EL MENSAJE DE MANERA CORRECTA

tekio

## COMPENDIO DE HERRAMIENTAS PARA EMPRENDEDORES

